

УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ – ПО СРЕДСТВАМ ГЕЙМИФИКАЦИИ В АПК

Таранов Г. А.

Научный руководитель – канд. техн. наук, доц. Петренко А.В.
ПЗВО Харьковский технологический университет "ШАГ", каф. менеджмента
61010, г. Харьков, ул. Маломясницкая 9/11, (068) 977-04-07

Email: 12dinator12@gmail.com

В современных реалиях использование геймификации, как способа увеличения объемов продаж – только начинает набирать популярность, однако уже доказала свою эффективность.

Техники геймификации – активно используются в коммерческой деятельности, в маркетинге и продвижении, в организации бизнес-процессов, тимбилдинге, в том числе в компаниях АПК.

Проведенные исследования – показывают, что использование геймификации в цифровом маркетинге, повышает эффективность обратной связи от клиентов, при это позволяет построить взаимоотношения с клиентами в формате индивидуального подхода, с учетом развития информационного обеспечения маркетинговой деятельности, путем создания прочных связей с клиентами и партнерами [1].

Целью всех бизнес-процессов – является удовлетворение потребностей целевой аудитории. Соответственно – чем качественнее проанализированы потребности клиентов, тем вероятнее правильное определение мотивации целевой аудитории, тем эффективнее можно сформировать правила игры и обозначить «выигрыш» - получаемый клиентом [2,3].

Геймификация на данный момент – является одним из лучших способов для привлечения молодой аудитории. Согласно нашим исследованиям - более 30% молодежи играют в компьютерные игры и в дальнейшем эта цифра будет только расти, спорт постепенно отходит на второй план, а игры становятся одним из главных интересов современной молодежи, что в свой очередь открывает новую дорогу для продвижения старых продуктов, с помощью инновационных решений.

Таким образом высокая скорость внедрения геймификационных процессов – позволит существенно повысить эффективность маркетинговой деятельности компании и повысить объемы продаж.

Список использованной литературы:

1. Иванченко О. В., Кузнецова А. А. Маркетинговые игровые технологии в бизнесе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 2871–2875.
2. Гальмаков Ю. Как использовать геймификацию в рекламных материалах? / Гальмаков Ю.
3. Петрусевич А., Казейко А., Хохлова Н., Геймификация как способ моральной мотивации торгового персонала.